

2021-2027年中国瓶装水市场 评估与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国瓶装水市场评估与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202101/199720.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

瓶装水是一包装于瓶子内的饮用水，用于个人使用和零售。其使用的水可以来自任一地方，包括泉水、井水、纯水、自来水，或甚至有未处理或受污染的水。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国瓶装水市场评估与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了瓶装水行业市场发展环境、瓶装水整体运行态势等，接着分析了瓶装水行业市场运行的现状，然后介绍了瓶装水市场竞争格局。随后，报告对瓶装水做了重点企业经营状况分析，最后分析了瓶装水行业发展趋势与投资预测。您若想对瓶装水产业有个系统的了解或者想投资瓶装水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章瓶装水行业相关基础概述及研究机构

1.1瓶装水的定义及分类

1.1.1瓶装水的界定

1.1.2瓶装水的分类

1.1.3瓶装水的标准

1.2瓶装水行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

第二章2019年中国瓶装水行业市场发展环境分析

2.1中国瓶装水行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、饮料工业发展现状分析

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国瓶装水行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2行业政策分析

1、矿物质水企业标准（Q/KKK0003S-2009）

2、《食品安全国家标准瓶装饮用水》

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国瓶装水行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境

1、人口规模分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、健康消费观念深入人心

7、消费升级趋势发展

2.3.2社会环境对行业的影响分析

2.4中国瓶装水行业技术环境分析

2.4.1瓶装水生产流程分析

1、过滤

2、蒸馏

3、逆向渗透

4、臭氧处理

5、UV处理

2.4.3行业主要技术发展趋势

2.4.4技术环境对行业的影响

第三章中国瓶装水行业上、下游产业链分析

3.1瓶装水行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2瓶装水行业产业链

3.2瓶装水行业上游-地下矿水产业发展分析

3.2.1地下矿水产业发展现状

3.2.2地下矿水供给分析

3.2.3地下矿水供给价格分析

3.2.4地下矿水供给区域分布

3.3瓶装水行业下游-经销商情况分析

3.3.1瓶装水经销商发展现状

3.3.2瓶装水经销商规模情况

3.3.3瓶装水经销商区域分布

3.4瓶装水行业终端消费者消费情况分析

3.4.1中国人均瓶装水消费情况

3.4.2瓶装水消费者地域分布情况

3.4.3健康绿色消费观念下的瓶装水消费市场

3.4.4瓶装水消费者品牌忠诚度分析

第四章国际瓶装水行业市场发展分析

4.12019年国际瓶装水行业发展现状

4.1.1国际瓶装水行业发展现状

4.1.2国际瓶装水行业发展规模

4.1.3国际瓶装水主要技术水平

4.22019年国际瓶装水市场需求研究

4.2.1国际瓶装水市场需求特点

4.2.2国际瓶装水市场需求结构

4.2.3国际瓶装水市场需求规模

4.32019年国际区域瓶装水行业研究

4.3.1欧洲

4.3.2美国

4.3.3日韩

4.4国际瓶装水著名品牌企业分析

4.4.1OGOOxygenWater

4.4.21Litre

4.4.35100矿泉水

4.4.4Fillico

4.4.5BlingH2O

4.4.6Waiwera

4.52021-2027年国际瓶装水行业发展展望

4.5.1国际瓶装水行业发展趋势

4.5.2国际瓶装水行业规模预测

4.5.3国际瓶装水行业发展机会

第五章2019年中国瓶装水行业发展概述

5.1中国瓶装水行业发展状况分析

5.1.1中国瓶装水行业发展阶段

5.1.2中国瓶装水行业发展总体概况

5.1.3中国瓶装水行业发展特点分析

- 1、新品不断试水寻求新的市场增长点
- 2、瓶装水六大巨头占据近八成市场份额
- 3、百岁山反超娃哈哈跻身前四
- 4、超越农夫山泉怡宝晋升行业老大
- 5、行业集中度高，超高端产品仍小众

5.22014-2019年瓶装水行业发展现状

5.2.12014-2019年中国瓶装水行业发展热点

5.2.22014-2019年中国瓶装水行业发展现状

5.2.32014-2019年中国瓶装水企业发展分析

5.3瓶装水行业替代品及互补产品分析

5.3.1瓶装水行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对瓶装水行业的影响
- 3、替代品发展趋势分析

5.3.2瓶装水行业互补产品分析

- 1、行业互补产品种类
- 2、主要互补产品对瓶装水行业的影响
- 3、互补产品发展趋势分析

5.4中国瓶装水行业细分市场概况

5.4.1市场细分充分程度

5.4.2瓶装水细分市场分析

- 1、中低端瓶装水市场
- 2、高端瓶装水市场

5.5瓶装水行业渠道与行业品牌分析

5.5.1瓶装水行业渠道分析

- 1、渠道形式
- 2、渠道要素对比
- 3、各区域主要代理商情况

5.5.2瓶装水行业品牌分析

- 1、品牌数量分析
- 2、品牌推广方式分析
- 3、品牌美誉度分析
- 4、品牌的选择情况

5.6中国瓶装水行业发展问题及对策建议

5.6.1中国瓶装水行业发展制约因素

5.6.2中国瓶装水行业存在问题分析

5.6.3中国瓶装水行业发展对策建议

第六章中国瓶装水行业运行指标分析及预测

6.1中国瓶装水行业企业数量分析

6.1.12014-2019年中国瓶装水行业企业数量情况

6.1.22014-2019年中国瓶装水行业企业竞争结构

6.22014-2019年中国瓶装水所属行业财务指标总体分析

6.2.1行业盈利能力分析

6.2.2行业偿债能力分析

6.2.3行业营运能力分析

6.2.4行业发展能力分析

6.3中国瓶装水行业市场规模分析及预测

6.3.12014-2019年中国瓶装水行业市场规模分析

6.3.22021-2027年中国瓶装水行业市场规模预测

6.42014-2019年中国瓶装水区域市场规模分析

6.4.1东北地区市场规模分析

6.4.2华北地区市场规模分析

6.4.3华东地区市场规模分析

6.4.4华中地区市场规模分析

6.4.5华南地区市场规模分析

6.4.6西部地区市场规模分析

6.5中国瓶装水行业市场供需分析及预测

6.5.1中国瓶装水行业市场供给分析

1、2014-2019年中国瓶装水行业供给规模分析

2、2021-2027年中国瓶装水行业供给规模预测

6.5.2中国瓶装水行业市场需求分析

1、2014-2019年中国瓶装水行业需求规模分析

2、2021-2027年中国瓶装水行业需求规模预测

6.62014-2019年中国瓶装水行业产品价格分析

6.6.12014-2019年中国瓶装水行业产品价格回顾

6.6.22014-2019年中国瓶装水产品当前市场价格统计分析

6.6.32014-2019年中国瓶装水产品价格影响因素分析

6.6.42021-2027年中国瓶装水产品价格预测

第七章中国互联网+瓶装水行业发展现状及前景

7.1互联网给瓶装水行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代瓶装水行业大环境变化分析

7.1.2互联网给瓶装水行业带来的突破机遇分析

7.1.3互联网给瓶装水行业带来的挑战分析

7.1.4互联网+瓶装水行业渠道形势变革分析

7.1.5互联网+瓶装水行业营销模式变革分析

7.2中国互联网+瓶装水行业市场发展现状分析

7.2.1中国互联网+瓶装水行业投资布局分析

- 1、中国互联网+瓶装水行业投资切入方式
- 2、中国互联网+瓶装水行业投资规模分析
- 3、中国互联网+瓶装水行业投资业务布局

7.2.2瓶装水行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3中国互联网+瓶装水行业市场规模分析

7.2.4中国互联网+瓶装水行业竞争格局分析

- 1、中国互联网+瓶装水行业参与者结构
- 2、中国互联网+瓶装水行业竞争者类型
- 3、中国互联网+瓶装水行业市场占有率

7.2.5中国瓶装水垂直电商平台分析

- 1、天猫商城
- 2、淘宝商城
- 3、京东商城
- 4、苏宁易购

7.2.6中国瓶装水企业互联网战略案例分析

7.3中国互联网+瓶装水行业市场前景分析

7.3.1中国互联网+瓶装水行业市场增长动力分析

7.3.2中国互联网+瓶装水行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3中国互联网+瓶装水行业市场发展趋势分析

第八章中国瓶装水行业消费市场调查

8.1瓶装水市场消费需求分析

8.1.1瓶装水市场的消费需求变化

8.1.2瓶装水行业的需求情况分析

8.1.3瓶装水品牌市场消费需求分析

8.2瓶装水消费市场状况分析

8.2.1瓶装水行业消费特点

8.2.2瓶装水行业消费结构分析

8.2.3瓶装水行业消费的市场变化

8.2.4瓶装水市场的消费方向

8.3瓶装水行业产品的品牌市场调查

- 8.3.1消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 8.3.2消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 8.3.3消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 8.3.4瓶装水行业品牌忠诚度调查
- 8.3.5消费者的消费理念调研

第九章中国瓶装水行业市场竞争格局分析

9.1中国瓶装水行业竞争格局分析

- 9.1.1瓶装水行业区域分布格局
- 9.1.2瓶装水行业企业规模格局
- 9.1.3瓶装水行业企业性质格局
- 9.1.4瓶装水国际竞争格局分析

- 1、国际瓶装水品牌格局
- 2、国际瓶装水区域格局
- 3、国际瓶装水市场集中度分析
- 4、中国瓶装水市场国产品牌占比分析

9.2中国瓶装水行业竞争五力分析

- 9.2.1瓶装水行业上游议价能力
- 9.2.2瓶装水行业下游议价能力
- 9.2.3瓶装水行业新进入者威胁
- 9.2.4瓶装水行业替代产品威胁
- 9.2.5瓶装水行业现有企业竞争

9.3中国瓶装水行业竞争SWOT分析

- 9.3.1瓶装水行业优势分析（S）
- 9.3.2瓶装水行业劣势分析（W）
- 9.3.3瓶装水行业机会分析（O）
- 9.3.4瓶装水行业威胁分析（T）

9.4中国瓶装水行业竞争策略建议

第十章中国瓶装水行业领先企业竞争力分析

10.1西藏冰川矿泉水有限公司

10.1.1企业发展基本情况

- 10.1.2企业经营情况分析
- 10.1.3企业发展战略分析
- 10.2昆仑山矿泉水有限公司
 - 10.2.1企业发展基本情况
 - 10.2.2企业经营情况分析
 - 10.2.3企业发展战略分析
- 10.3恒大农牧集团有限公司
 - 10.3.1企业发展基本情况
 - 10.3.2企业经营情况分析
 - 10.3.3企业发展战略分析
- 10.4达能(中国)食品饮料有限公司
 - 10.4.1企业发展基本情况
 - 10.4.2企业经营情况分析
 - 10.4.3企业发展战略分析
- 10.5深圳市景田食品饮料有限公司
 - 10.5.1企业发展基本情况
 - 10.5.2企业经营情况分析
 - 10.5.3企业发展战略分析
- 10.6华润怡宝饮料(中国)有限公司
 - 10.6.1企业发展基本情况
 - 10.6.2企业经营情况分析
 - 10.6.3企业发展战略分析
- 10.7康师傅控股有限公司
 - 10.7.1企业发展基本情况
 - 10.7.2企业经营情况分析
 - 10.7.3企业发展战略分析
- 10.8农夫山泉股份有限公司
 - 10.8.1企业发展基本情况
 - 10.8.2企业经营情况分析
 - 10.8.3企业发展战略分析
- 10.9杭州娃哈哈集团有限公司
 - 10.9.1企业发展基本情况

10.9.2企业经营情况分析

10.9.3企业发展战略分析

10.10统一企业中国控股有限公司

10.10.1企业发展基本情况

10.10.2企业经营情况分析

10.10.3企业发展战略分析

第十一章2021-2027年中国瓶装水行业发展趋势与投资机​​会研究

11.12021-2027年中国瓶装水行业市场发展潜力分析

11.1.1中国瓶装水行业市场空间分析

11.1.2中国瓶装水行业竞争格局变化

11.1.3中国瓶装水行业互联网+前景

11.22021-2027年中国瓶装水行业发展趋势分析

11.2.1中国瓶装水行业品牌格局趋势

11.2.2中国瓶装水行业渠道分布趋势

11.2.3中国瓶装水行业市场趋势分析

11.32021-2027年中国瓶装水行业投资机​​会与建议

11.3.1中国瓶装水行业投资前景展望

11.3.2中国瓶装水行业投资机​​会分析

11.3.3中国瓶装水行业投资建议分析

第十二章2021-2027年中国瓶装水行业投资分析与风险规避

12.1中国瓶装水行业关键成功要素分析

12.2中国瓶装水行业投资壁垒分析

12.3中国瓶装水行业投资风险与规避

12.3.1宏观经济风险与规避

12.3.2行业政策风险与规避

12.3.3上游市场风险与规避

12.3.4市场竞争风险与规避

12.3.5技术风险分析与规避

12.3.6下游需求风险与规避

12.4中国瓶装水行业融资渠道与策略

12.4.1瓶装水行业融资渠道分析

12.4.2瓶装水行业融资策略分析

第十三章2021-2027年中国瓶装水行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1国外瓶装水行业投资现状及经营模式分析

13.1.1境外瓶装水行业成长情况调查（ ）

13.1.2经营模式借鉴

13.1.3国外投资新趋势动向

13.2中国瓶装水行业商业模式探讨

13.2.1行业主要商业模式分析

13.2.2瓶装水行业商业模式创新分析

13.3中国瓶装水行业投资发展战略规划

13.3.1战略优势分析

13.3.2战略机遇分析

13.3.3战略规划目标

13.3.4战略措施分析

13.4最优投资路径设计

13.4.1投资对象

13.4.2投资模式

13.4.3预期财务状况分析

13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2建议

14.2.1行业发展策略建议

14.2.2行业投资方向建议

14.2.3行业投资方式建议（ ）

部分图表目录：

图表：瓶装水行业特点

图表：瓶装水行业生命周期

图表：瓶装水行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国奶制品工业产值分析

图表：中国瓶装水品牌排行榜

图表：中国瓶装水行业外资品牌市场占有率分析

图表：中国瓶装水产品市场渗透率分析

图表：中国瓶装水国产品牌市场占有率分析

图表：高端瓶装水品牌排行榜

图表：国际瓶装水区域市场分布情况

图表：2014-2019年中国瓶装水行业进口规模分析

图表：2014-2019年中国瓶装水行业出口规模分析

图表：中国瓶装水各个渠道销售占比分析

图表：中国瓶装水行业互联网渠道占比分析

图表：2014-2019年瓶装水行业市场规模分析

图表：2021-2027年瓶装水行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国瓶装水行业供给规模分析

图表：2021-2027年中国瓶装水行业供给规模预测

图表：2014-2019年中国瓶装水行业需求规模分析

图表：2021-2027年中国瓶装水行业需求规模预测

图表：2014-2019年中国瓶装水行业企业数量情况

图表：2014-2019年中国瓶装水行业企业竞争结构

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/199720.html>